Tweede Kamer der Staten-Generaal

2

Vergaderjaar 2014–2015

31 511 Beleidsdoorlichting Onderwijs, Cultuur en Wetenschap

Nr. 13

LIJST VAN VRAGEN EN ANTWOORDEN

Vastgesteld 2 maart 2015

De vaste commissie voor Onderwijs, Cultuur en Wetenschap heeft een aantal vragen voorgelegd aan de Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over de brief van 17 december 2014 inzake de reactie op de Beleidsdoorlichting Mediabeleid 2010–2013 (Kamerstuk 31 511, nr. 11). De Staatssecretaris heeft deze vragen beantwoord bij brief van 2 maart 2015. Vragen en antwoorden zijn hierna afgedrukt.

De voorzitter van de commissie,
Wolbert

De adjunct-griffier van de commissie,
Meelker

kst-31511-13
ISSN 0921 - 7371
's-Gravenhage 2015

1

Welke inspanning wordt er concreet gedaan om meer jongeren via de beschikbare mediaplatforms te bereiken, gelet op de conclusie dat jongeren nu nog te weinig bereikt worden?

In de meerjarenbegroting 2015–2019 van de NPO heeft de NPO beschreven welke concrete acties er voor 2015 worden ondernomen om meer jongeren via de beschikbare mediaplatforms te bereiken.[1] Zo wil de NPO zijn herkenbaarheid en vindbaarheid van de jongerenprogrammering verhogen door avonden scherper in te kleuren. De mediabehoefte van de doelgroep 20- tot 34-jarigen wordt meer leidend in de programmering. Dit uit zich in een scherper profiel en selectiever bereik van NPO 3 voor deze doelgroep.

2

Wordt «uitgesteld televisie kijken» en kijken via live online streams ook meegenomen in kijk- en luisteronderzoeken door SKO[2]?

Uitgesteld kijkgedrag wordt in het kijkonderzoek meegenomen indien er wordt gekeken op een televisietoestel en het kijkgedrag betrekking heeft op een televisieprogramma tot en met de zesde dag na uitzending. Stichting KijkOnderzoek doet geen luisteronderzoek. Dit doet het Nationaal Luisteronderzoek.

Uitgesteld of live streams kijken op andere apparaten zoals laptops, tablets en smartphones valt op dit moment buiten de scope van het kijkonderzoek. Stichting KijkOnderzoek is bezig met de uitvoering van projecten die er toe moeten leiden dat uitgesteld of live kijken op andere apparaten dan een televisietoestel standaard onderdeel worden van de kijkcijfers. Naar verwachting zullen de eerste resultaten eind 2015 bekend worden gemaakt.

3

Wat verstaat u onder «bewust mediagebruik»?

Ik kan mij goed vinden in de omschrijving, afkomstig uit het advies van de Raad voor Cultuur (2005) over mediawijsheid: *«Het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit, waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld»*.

4

Wat is de reden dat u het stimuleren van bewust mediagebruik als een overheidstaak beschouwt?

Het overheidsbeleid op het gebied van mediawijsheid gaat terug tot een advies van de Raad voor Cultuur uit 2005. Het toenmalig kabinet onderstreepte in 2006 het belang van mediawijsheid: burgers en instellingen (waaronder ook de overheid zelf) moeten mediawijzer worden, waardoor ze bekwamer en op een participerende manier gebruik kunnen maken van de content en diensten van de gemedialiseerde samenleving. In het Coalitieakkoord van 2007 was afgesproken dat er een Expertisecentrum voor Mediawijsheid zou worden ingericht.[3] Daarbij staan twee doelen centraal:

---

[1] Kamerstuk 34 000 VIII, nr. 61.
[2] SKO: Stichting KijkOnderzoek.
[3] Kamerstuk 31 434, nr. 1.

– Veilig en verantwoord mediagebruik bevorderen door burgers toe te rusten om de kansen van media volop te benutten en tevens goed om te kunnen gaan met de gevaren daarvan;
– Het bevorderen van een veilig media-aanbod door een beter functionerend zelfregulering- en klachtensysteem waarin ouders en opvoeders een stevige rol hebben.

Het huidige kabinet staat onverkort achter deze doelen van «bewust mediagebruik».

5
Hoe beoordeelt u de doeltreffendheid van mediawijzer.net?

De voornaamste conclusie uit de Beleidsdoorlichting Mediabeleid 2010–2013 over het programma Mediawijsheid is dat Mediawijzer.net erin is geslaagd het thema «mediawijsheid» op de kaart te zetten en een bestendig netwerk te vormen van partijen op het terrein van mediawijsheid. Wel zijn er enkele verbeterpunten gesignaleerd. Zoals ik in mijn brief van 17 december 2014 al beschreef, heb ik Mediawijzer.net voor de komende jaren verzocht om de taken en middelen gerichter in te zetten, hun doelen scherper te formuleren en de behaalde resultaten gerichter te evalueren.[4]

6
Hoe beoordeelt u de doeltreffendheid van de inspanningen teneinde «bewust mediagebruik» te bevorderen?

Het programma Mediawijsheid is in 2014 geëvalueerd en als «doeltreffend» beoordeeld. Als aandachtspunt kwam naar voren dat de onderlinge samenwerking tussen de verschillende initiatieven wordt bevorderd. Mediawijzer heeft dat meegenomen in zijn meerjarenplan 2015–2018.

7
Welke stappen worden er genomen om de doeltreffendheid van mediawijzer.net te vergroten?

De doelgerichtheid is vergroot door de focus te leggen op «het kind centraal» (0–18 jaar). Dit is uitgewerkt in drie programmalijnen gebaseerd op de directe leefomgeving van het kind: (1) Mediawijs Onderwijzen, (2) Mediawijs Opvoeden en (3) Mediawijs Ontdekken. Per programmalijn zijn SMART geformuleerde meerjarendoelen opgesteld en is een doelen-inspanningen (DIN)matrix opgesteld. Daarbij is een set aan meetbare indicatoren en inspanningsverplichtingen gedefinieerd waarmee niet alleen de taakverdeling tussen de kernpartners is vastgelegd, maar ook de tussentijdse bijsturing van het programma gerichter is uit te voeren. Daarnaast is meer gebruik gemaakt van de kracht van elke kernpartner en de aldaar aanwezige synergie-mogelijkheden. Zo heeft Kennisnet zich gecommitteerd tot het leveren van een maximale bijdrage om mediawijsheid in het onderwijs te verankeren en is het relatiemanagement belegd bij ECP waardoor een natuurlijke koppeling is ontstaan met het programma Digiveilig & Digivaardig.

8
Hoe meet u de doeltreffendheid van het beleid voor «bewust mediagebruik»?

Het meten van algemene beleidseffecten is ingewikkeld, omdat er bij de beoordeling van effecten rekening mee moet worden gehouden dat deze

[4] Kamerstuk 31 511, nr. 11.

niet alleen zijn terug te voeren op overheidsbeleid, in casu op de inspanningen in het kader van mediawijsheid en «bewust mediagebruik». Externe factoren spelen een rol, zoals de bijdragen van andere – nationale en internationale mediaspelers – en de eigen keuzen die burgers, jong en oud, maken in hun mediagebruik.

Wat wél kan, is het effect meten van een specifiek ingezet middel, zoals een bewustwordingscampagne of een activiteit als MediaMasters. Ook is het mogelijk in kaart te brengen op welke punten er behoefte is aan (meer) mediawijsheid bij specifieke doelgroepen: waar is extra ondersteuning nodig? Ik wijs in dit verband op het SCP-rapport Media: Tijd in Beeld (februari 2015) en de door Mediawijzer.net en Kennisnet op te leveren Monitor Jeugd in de 21ste eeuw (werknaam), gericht op hoe kinderen digitale media inzetten om te leren en om te ontdekken. Tot slot is er het mediawijsheid competentiemodel dat het gezamenlijk begrippenkader levert om mediawijsheid op individueel niveau te kunnen vaststellen en om interventies mee te ontwikkelen. Dit competentiemodel wordt met het cijfer 8 hoog gewaardeerd door het netwerk van Mediawijzer.net.

9
Wat zijn de doelstellingen van het beleid voor «bewust mediagebruik»?

De *algemene doelstelling* van het mediawijsheidprogramma van OCW is om bij burgers – met name kinderen, jongeren, opvoeders en scholen – een kritische houding te bevorderen in het gebruik van media. Met de oprichting van een mediawijsheid expertisecentrum heeft OCW deze doelstelling vertaald naar een operationele doelstelling: kinderen, jongeren, ouders en scholen ondersteuning bieden in het leren omgaan met de veelheid van media-uitingen om zo mediawijzer te worden.